

XIII スローパーの意味

以上、様々な区分されたスローパーという内容を様々な角度から検証し、スローパーの意味を明快にしようと試みてきました。しかし、この章の冒頭にも記したようにスローパーあるいは原型という言葉の使い分けすらも明確にはなりません。但し、逆に考えれば言葉の使い分けを重視する意味合いも希薄で、何々スローパーにしる何々原型にしるアイテムによってもデザインによっても重要度が変化し、一律の基準や順序だった法則が全ての場合に当てはまることは無いとの結論に至りそうです。

どのようにスローパーや原型を考え位置付けるかは、作る製品の性格によっても異なるでしょうし、今まで見てきたようにデザインによっても大きく変化すると考えることが妥当でしょう。従って、多くの検討検証を加えても、スローパーの定義が依然不透明な感じは免れませんが、ここで重要なことは言葉の定義や方法論の統一ではなく、なぜスローパーや原型という概念が存在するかということではないでしょうか。

仮にキャリアや能力に無関係に全てのパターンメーカーが、直接一枚のシーチングや一枚の製図用紙から、一定の品質を確保する精度の高いパターンを効率的に短時間で作成できれば原型やスローパーという概念が存在する必要はありません。しかし現実には、そのような仕事が不可能であることは論を待ちません。

また、パターンメイキングの方法を記した文献も数多くありますが、その方法に必要な寸法を当てはめてパターンを作成したとしても、多くの場合見本作成後の補正、修正が皆無という例は極めて少ないように感じられます。それだけ我々の業種の設計技術という内容はイノベーションの無い割には標準化が遅れているとも考えられます。もっとも、我々の設計技術の対象は趣味嗜好品の色彩が色濃く、そのために単純に品質とか価値とか言っても、その内の重要な要素である感覚、感性の表現という部分の標準化が出来ずらく、更に着心地という機能性として考えられる内容も個人の感性に委ねられる意味合いが強く、単純に標準化が遅れていると断言することにも疑問が生じます。

従って、こう考えると、原型やスローパーという概念の根底とは、少しでもパターンメーカー各自のキャリアや能力の差異を埋合せ、様々な条件や思考の異なる各々のパターンメーカーの業務を、一定水準の精度と一定水準の効率を確保しつつ進めるための、補助的技術手法、補助的便法的パターンというように位置付けられるのではないのでしょうか。つまり各パターンメーカーが様々な製品設計（パターン作成）を行うに当たって、そのパターン（原型あるいはスローパー）を土台に用いることにより、『最低限の設計精度と最低限の設計効率が保証されえるような内容を満たした元になるパターン』と位置付けられると判断できるでしょう。

こう結論すれば、目的とする製品の性格等によってもスローパーや原型の内容（パターン形状、寸法、構造）が異なることも当然と考えられますし、また、パターンメーカー各自の考え方によっても同様の変化が生じることも頷けます。その結果、敢えてスローパーという言葉で定義すれば、『デザインパターン作成に当たって、そのパターンを土台として用いることにより、パターンメーカー各自のキャリアや技量の差異を最小限に押さえ、一定の効率的な作業性と一定の品質あるいはパターン精度が確保可能な内容を

満たした原型をスローパーと呼ぶ。』と言うことになるのではないのでしょうか。こう結論づけて初めてスローパーの存在意義が明確に、また企業内技術という視点、既製服というスタンスに必要な不可欠のものとして認知されるものと思われます。

しかし、スローパーとして万能ではありません。デザインによっては「デザインパターン形状に最も近い原型状態のパターン」というスローパーが存在しない場合も数多くあります。

今まで検証したようにスローパーを、より効率的に運用できる製品群は定型的なデザインを主体とするアイテムということになり、基本の土台にデザインディテールを乗せ変えることにより様々なデザインの違いとして表現できる場合に限りです。従って、同一アイテム内によって、もシルエット等の基本的なデザイン変化が多ければ多いほどスローパーの効率的運用度合いを左右する結果になります。

では、スローパーの利用範囲が限定されると考えるとスローパーの重要性は減少すると判断すべきでしょうか。

当然利用可能範囲が縮小した場合は重要度も低下すると考えることが妥当とも思えますが、逆に利用可能な製品群に徹底的に活用し、定型的構造や定型的デザインの感性度をスローパー段階で高め、デザインパターン作成時の試行錯誤や作業負担を大幅に軽減させ、そこで生じた余剰時間をスローパーが対応不可能なデザインに振り向け、その都度変化する非定型的なデザインの製品のパターン精度を高めるための道具と考えるとやはり重要な意味合いを持っていると判断できます。

誰が作ってもある範囲内ででき上がる定型的な形状やデザインで、その違いがパターンメーカー個々の技量の違いとしか説明できない内容であるとしたら、それらの製品群のパターンメイキングに多くの人数と多くの時間を割くことは意味のあることでしょうか。技術内容の考え方や理論が不明快なままで非効率的な重複作業を行うより、スローパーとしての完成度を高めながら理論構築を行い、技術の標準化を目指すべきではないでしょうか。

また、パターンメーカーの業務がパターンという裁断用ゲージの元としての型紙を作るだけではないとしたら、スローパーの有効利用によってパターン作成の試行錯誤や作業時間を軽減し、関連した研究開発や工場との取り組みに当てることこそ総合的な品質管理業務であり、パターンメーカーの役割と考えるべきだと思います。そのためにもスローパーの積極的な運用を様々なケースに合わせて弾力的に柔軟に考えることが必要でしょう。

スローパーとはアパレルの技術にとって必要不可欠との認識を新たにされたのでしょうか。反面、スローパーは別の一面をも持ち合わせています。今まではスローパーのメリットを中心に述べてきましたが、スローパーの持つデメリットと思われる面にも言及しておかなくてはなりません。

スローパーを用いることによりキャリアの浅い、熟練度合いが不足しているパターンメーカーでも、ある程度のパターン精度と効率を達成できることがスローパーの条件と述べました。その条件を満たすことを前提にスローパーの内容と構成を行うことになりますが、逆に考えると、そのようなスローパーの存在を前提に仕事をするのは後輩のパターンメーカーの技量の伸びや体験の積み重ねという、別の要素との兼ね合いはどうなるのでしょうか。

技術とは一方的に教わるだけのものではないかもしれません。様々に矛盾する条件の狭間で試行錯誤を繰り返し、数々の失敗や自分なりの新たな発見を繰り返しながら、その体験、経験と言う個人的反省や刺激がパターンメーカー各自の技量を高めるという一面も事実でしょう。

安全且つ効率的に業務が遂行できるシステムを完成することは、企業内技術という視点に立てば当然であり必要不可欠ですが、その安全性と効率化を求めることが、ともすれば後進パターンメーカーの育成にマイナスに作用しないとも限りません。スローパーが無ければパターンメイキングが出来ない技術者ではパターンメーカーが本来要求される柔軟な創造性や判断力を持つことは不可能でしょう。つまりスローパーの効率的運用は、当面の安全性や効率化は確保されても、人材育成面でデメリットが生じかねない一面を考えると、新たな将来的不安を残します。

作業と教育を混同すべきではないと既述しました。作業として技術を育成すれば創造性の乏しい対応力の欠如したパターンメーカーが育つでしょうし、かと言って教育に重きを置けば置くほど効率的な運用からは遠ざかり、理論は一見緻密でもフットワークが効かないパターンメーカーや、技術コストや全体のコスト感度が欠落したパターンメーカーが育つかも知れません。安全性とリスク、効率と教育、スローパーの利用により生じる様々なパラドックスにどう対処するか、上に立つ先輩パターンメーカーの腕の見せ所と言うことになるでしょう。

もう一点注意を要することがありそうです。先のブレザーを例としたスローパーからのデザイン展開に見るように、外観のデザインはことごとく別の製品を主張しますが、身頃や袖の構造、内容は基本的に同一です。つまり表面上のデザインバリエーションとしては何型あろうとも、その実態は一型と言うこととなります。

換言すれば実質一型で、見かけ上のデザインバリエーションに数多く対応できていることはスローパーの利用度合いが高く、理想的なスローパー運用がなされていると判断できます。

しかし、その土台としてのパターン内容に欠陥があった場合はどうなるのでしょうか。どのデザインの製品をとってもデザインとしての外観は異なりますが、全て同一の欠陥を持った商品群ということになります。例え一型毎の枚数が少ない場合でも、スローパー展開を行った全型数の総数量が共通した問題を内包したまま市場に出て行くということになり、スローパーの利用度合いが大きければ大きいほど、運用が効果的であればあるほど、トータルすれば数量が増加し、その欠陥が致命的な内容であった場合莫大な被害に直結するといっても過言ではありません。

反面、デザイン毎にそれぞれのパターンメーカーが自らの個性と技量の範疇でパターンメイキングをしていれば、できの善し悪しや欠陥、問題点等もデザイン別に個々に分散され、全ての製品が同一の欠陥を有するという致命的大問題には至らないはずで。

「下手な鉄砲」の方が当たり外れはあったとしても、全てが良好か失敗かという両極端のギャンブル的リスクは回避することが可能です。

ここにスローパーの持つ大きな危険性のもう一つの側面を見ることができます。

しかし、このようなリスクがあるからと言ってスローパーという方向性を否定することは間違いでし

う。この問題は単にスローパー自体の完成度の問題であり、デザインにより購買客層が異なり別のパターンが必要な場合は、各自の作り手の違いではなく理論的整合性に照らしてスローパー段階での作り分けをすることが適切な判断と思えます。更に言えば、スローパーを整備する意味はパターンメーカー各自の技量的差異を越えて標準的なパターン作成と同時に、担当者の差による品質のばら付きを防止することでもあります。一つ間違えば全製品が駄目になるというリスクと緊張感こそが、スローパーの精度をより高いものに引き上げる原動力になるはずであり、だからこそ慎重に試着試験も縫製試験も十分行い、スローパーの様々な特徴性格を把握する努力が傾注されるでしょう。そこまで吟味された内容にすることこそ、後のデザインパターン作成を安心して作業へと移行させられるのです。

前述したようにスローパー段階の欠陥は、そのスローパーを用いて作成した全パターンに共通します。従って、生産前に問題点を発見しパターン修正を行う場合もスローパーの利用度合いによっては膨大になるため、厭でも慎重な検討と判断がなされるのではないのでしょうか。その積み重ねの完成度こそパターンが企業にとっての財産としての価値を有すると考えられるでしょう。

また、その完成度を導き出すまでの過程、様々な試行錯誤や発見が体系的に分類整理されることこそ技術の標準化を達成する材料になるはずです。その標準化を通時的確な技術教育を行うことが重要でしょう。

二つほどスローパーのデメリットとも思われる内容を挙げてみました。こう考えるとスローパーとは正に「諸刃の剣」という性格を内包していると感じられることも事実です。上手に使いこなせればパターン精度も効率も維持可能で望ましいのですが、使い方を誤ると製品の欠陥保持の共通化や人材育成阻害要因へと直結する危険性を含んでいます。本稿で確認したように様々な呼称のスローパーが存在し、それぞれの内容と役割が規定されてはいますが、現実の運用という面から考えると、必ずしも概念や説明通りに機能しない一面がありそうです。教育的見地、学校的視点から考えれば、そのような内容に落ち着くことが妥当と思えますし、敢えて通常考え方に異論を挟む必要も無いでしょう。

しかし、現実企業の中での仕事を前提に考えると、他人の受け売りではなく自らの想像力と必要性というフィルターを通してスローパーの意味を、再度自分なりに考える必要があると思えます。

スローパーをどう位置付け、どう運用するか。具体論になれば各々の思考や技量、職場環境の違いや歴史等、様々な要因により千差万別と言っても過言ではないと思います。自らのポジションや要求に適したスローパーの位置付けと使い分け、単なる模倣ではなく必要性に基づく創意に裏打ちされた選択こそ、あるいは、それぞれの要因の違いによって多面的な顔を見せる内容こそがスローパーの本来の在り方、換言すればスローパーの本質ではないかと考えられます。

従って、どんな場合にも普遍的に規定される何々スローパーという呼称や何々スローパーの形状という見方自体が、スローパーの本質を見誤らせ、ますますスローパーの実態を不鮮明にするばかりでなく、想像性の欠如と相俟ってスローパーという便利な道具、便法と言う意味を活かしていないとも言えるのではないのでしょうか。

第3章 デザインパターン

デザインの具現化にあたって作製する最初のパターンを、デザインパターンと呼びます。ファーストサンプルの作製には、通常このデザインパターンが使用されますので、ファーストパターンとか、サンプルパターンとも呼ばれています。

各種パターンの呼び名は会社や学校によってまちまちで、特にデザインパターンについては、このように数多くの呼び名があるようです。

参考までに、デザインパターンと意味合いがほとんど同じと思われる他の呼び名を挙げてみましょう。

●ファーストパターン ●オリジナルパターン ●サンプルパターン ●デザイナーズパターン ●デザイナーパターン ●ベーシックパターン ●基本パターン

I デザインパターンの設計要素

デザイン画の解釈の仕方によって、服作りの方向はどのようにでも変化してしまうだけに、デザイン画を企画の意図通りに理解できる正しい審美眼を持つことは、パターンメーカーとしてもっとも重要なことであると共に、当然の必須条件でもあります。そのためには衣服についての基礎理論を踏まえ、必要とされる知識や経験を生かして、デザイン画から形を作り出すための基本的観点と具現化の手順について、十分に理解しておかなければなりません。

(1) 基本的観点

① ターゲットの把握

ブランドの特徴およびコンセプト等のポリシーの理解と、ターゲットとするゾーンの体型がどうかを明確にしておく。

② 流行およびマーケットの把握

社会文化の変化、並びに人々の美意識の変化に伴うファッション・トレンドおよび消費者動向等を常に正確にキャッチし、自社のポリシーをどう対応させ連動させるかについての分析と検討を行う。

③ 服装の歴史

服装の歴史的流れを知り、今日のファッションをより深く理解する。

④ フォームおよびシルエットの分類

衣服のバランスの取れたプロポーションから作り出されるシルエットは、デザインを作り出す基本としての、フォームに依って表現される。従ってそのフォームを理解することは、デザイン画を理解する上で非常に重要なことである。

(2) 基本的なシルエット

① レクタングル (短房型)



② トラペーズ (梯型)



③ アワー・グラス (砂時計型)



④ オブロング (楕円型)



(3) ウエスト位置による分類 (切替え線の位置)

① ナチュラル (自然の位置)



② ハイウエスト (高いウエスト位置)



③ ローウエスト (低いウエスト位置)



④ インレイ (はめ込み)



(4) ボトムの中に入れて着用するもの (ブラウス、シャツ、スーツ、ツーピース類)

① ブラウズド (たるみ型)

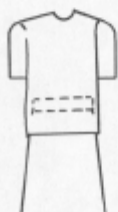


② タイトフィット (密着型)



(5) ボトムの外に出して着用するもの (ブラウス、シャツ、スーツ、ツーピース類)

① ストレート (真直ぐな型)



② シェーブ (形づけた型)



③ バレル (膨らんだ型)

